

This Page Is Inserted by IFW Operations  
and is not a part of the Official Record

## **BEST AVAILABLE IMAGES**

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

**IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.**

**As rescanning documents *will not* correct images,  
please do not report the images to the  
Image Problem Mailbox.**

PAT-NO: JP02002342622A  
DOCUMENT-IDENTIFIER: JP 2002342622 A  
TITLE: SYSTEM FOR SELLING SURVEYING MACHINE  
PUBN-DATE: November 29, 2002

INVENTOR-INFORMATION:

NAME	COUNTRY
NAKA, MASAHIRO	N/A
SUZUKI, TOSHIYUKI	N/A
OGAWA, KAZUHIRO	N/A
SHIRAISHI, AKIRA	N/A

ASSIGNEE-INFORMATION:

NAME	COUNTRY
TOPCON CORP	N/A

APPL-NO: JP2001145790

APPL-DATE: May 16, 2001

INT-CL (IPC): G06F017/60

ABSTRACT:

PROBLEM TO BE SOLVED: To provide a surveying machine selling system capable of eliminating weak points of a direct selling form while utilizing strong points of an indirect selling form.

SOLUTION: This surveying machine selling system is provided with a surveying machine maker side device 1 which operates a network shop A that is for a surveying machine maker 2 for manufacturing a surveying machine to directly or indirectly order merchandise on the Internet and that can also be accessed from a customer side device 3, and a shop side device 4 connected to the surveying machine maker side device 1 through a data communication line, and the

surveying machine maker side device 1 is provided with an  
indirect sale  
selecting means for making a customer select merchandise to  
deliver ordered  
merchandise to the customer through the shop, and a direct sale.  
selecting means  
for making the customer select the merchandise to deliver the  
ordered  
merchandise to the customer without going through the shop.

COPYRIGHT: (C)2003,JPO

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号  
特開2002-342622  
(P2002-342622A)

(43) 公開日 平成14年11月29日 (2002. 11. 29)

(51) IntCl. <sup>7</sup>	識別記号	F I	キーワード (参考)
G 0 6 F 17/60	3 1 8	G 0 6 F 17/60	3 1 8 G
	3 0 2		3 0 2 A
	5 0 2		5 0 2
	Z E C		Z E C

審査請求 未請求 請求項の数 7 O L (全 8 頁)

(21) 出願番号 特願2001-145790 (P2001-145790)

(22) 出願日 平成13年5月16日 (2001. 5. 16)

(71) 出願人 000220343

株式会社トプコン

東京都板橋区蓮沼町75番1号

(72) 発明者 仲 雅弘

東京都板橋区蓮沼町75番1号株式会社トプ  
コン内

(72) 発明者 鈴木 敏之

東京都板橋区蓮沼町75番1号株式会社トプ  
コン内

(74) 代理人 100082670

弁理士 西脇 民雄 (外1名)

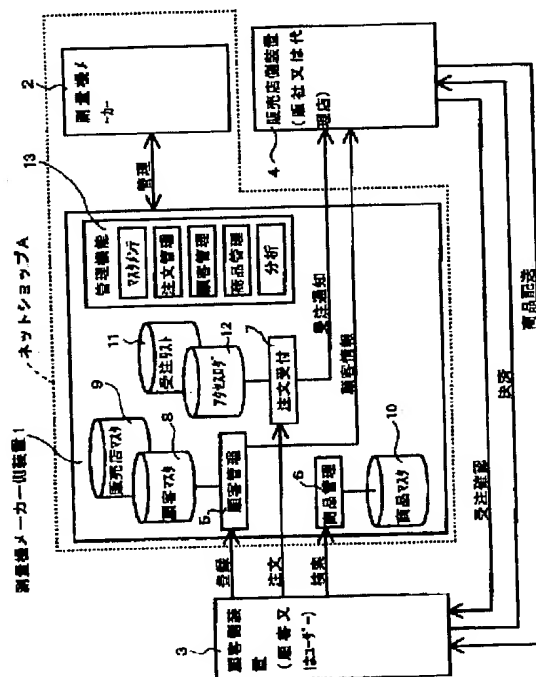
最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 測量機の販売システム

(57) 【要約】

【課題】 間接販売形態の長所を生かしつつ直接販売形態の欠点を解消することのできる測量機の販売システムを提供することを目的とする。

【解決手段】 本発明の測量機販売システムは、測量機を製造する測量機メーカー2によって直接的又は間接的にインターネット上で商品を注文するためのネットショップAが運営されかつ顧客側装置3からアクセス可能な測量機メーカー側装置1と、測量機メーカー側装置1とデータ通信回線を介して接続された販売店側装置4とを備え、測量機メーカー側装置1は販売店を介して顧客に注文商品を配送するために顧客に商品を選択させる間接販売選択手段と、販売店を介さず顧客に注文商品を配送するために顧客に商品を選択させる直接販売選択手段とを備えている。



## 【特許請求の範囲】

【請求項1】 測量機を製造する測量機メーカーによって直接的又は間接的にインターネット上で商品を注文するためのネットショップが運営されかつ顧客側装置からアクセス可能な測量機メーカー側装置と、前記測量機メーカー側装置とデータ通信回線を介して接続された販売店側装置とを備え、

前記測量機メーカー側装置は前記販売店を介して前記顧客に注文商品を配送するために該顧客に商品を選択させる間接販売選択手段と、前記販売店を介さずに前記顧客に注文商品を配送するために該顧客に商品を選択させる直接販売選択手段とを備えていることを特徴とする測量機の販売システム。

【請求項2】 間接販売される商品が測量機メーカーが提供する測量機でありかつ直接販売される商品が前記測量機メーカーが指定する特定価格に設定する商品であり、前記間接販売を前記顧客が選択した場合には、当該顧客が居住する地域を管轄する販売店が前記注文商品の代金を回収することを特徴とする請求項1に記載の測量機の販売システム。

【請求項3】 前記測量機メーカー側装置は、前記測量機メーカーが製造する商品に関連する測量用品を前記顧客に選択させる販売選択手段を備え、該測量機メーカー側装置と前記販売店側装置とは前記測量機メーカーが製造する商品に関連する測量用品を製造する測量用品メーカーの測量品メーカー側装置とデータ通信回線を介して接続され、前記顧客が前記測量用品を選択したときには、前記測量用品メーカーが前記顧客に注文商品を配送し、該注文商品の販売データを当該顧客が居住する地域を管轄する販売店にデータ通信回線を通じて送信することを特徴とする請求項1又は請求項2に記載の測量機の販売システム。

【請求項4】 前記販売店が前記顧客から前記測量用品の代金を回収し、当該販売店が前記測量用品メーカーに回収した代金を支払うことを特徴とする請求項3に記載の測量機の販売システム。

【請求項5】 前記顧客側装置から前記測量機メーカー側装置へのアクセスに際して、前記測量機メーカーが発行する顧客専用のID及びパスワードを必要とする請求項1ないし請求項4のいずれか1項に記載の測量機の販売システム。

【請求項6】 前記販売店側装置から前記測量機メーカー側装置へのアクセスに際して、前記測量機メーカーが発行する販売店専用のID及びパスワードを必要とする請求項1ないし請求項4のいずれか1項に記載の測量機の販売システム。

【請求項7】 前記測量機メーカー側装置が前記測量機メーカーからの依頼を受けて前記ネットショップを運営する主催者側装置であることを特徴とする請求項1～請求項6のいずれか1項に記載の測量機の販売システム。

## 【発明の詳細な説明】

## 【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、測量機メーカーが製造する測量機、その測量機に用いる小物、その測量機に用いる付属品をネットショップで販売する販売システムに関する。

## 【0002】

【従来の技術】製造会社が顧客に商品を販売する販売形態は、大別して直接販売と間接販売とに分けられる。

【0003】直接販売は製造会社が直接注文を受けて顧客に販売する販売形態であり、この販売形態を採用している業種は少ないが、比較的歴史の浅いパソコンメーカーでこれを行っている例が見受けられる。

【0004】間接販売は、製造メーカーが直接注文を受けるか否かにかかわらず販売店経由で販売する販売形態である。

【0005】従来、商品の販売は、一部の例を除いて間接販売がほとんどであり、測量機メーカーが属する業種も、販売店を経由して商品を販売するという間接販売を採用している。

【0006】例えば、日本国内の測量機メーカーは、国内及び世界各国に測量機の販売を行うため、全国及び世界各国に販売網を構築している。

【0007】販売店には、測量機メーカーが直轄する販売会社（いわゆる小会社又は販社）、測量機メーカーが製造する製品を取り扱う代理店、販売店（測量機メーカーが直轄する販売会社を除く）がある。

【0008】代理店は測量機メーカーと販売契約を行い、製品の販売のみならず、その測量機メーカーによって提供される製品の修理も担当する。販売店（測量機メーカーが直轄する販売会社を除く）は、単に製品を仕入れて販売するのを主とする。

【0009】このような販売店が、代理店傘下の代理店、販売店、販売店傘下の販売店と末広がりに広がっているが、販社は日本全国、世界各国で、販売を管轄する管轄地域が決められている。また、この販社のもとに、代理店、販売店の管轄地域が決められている。

【0010】顧客は、その地域を管轄する地域に近い販社、代理店及び販売店で測量機、その測量機に用いる小物、その測量機に用いる付属品を購入し、修理等のメンテナンスもその地域を管轄する地域に近い販社、代理店及び販売店に依頼するのが通常である。

## 【0011】

【発明が解決しようとする課題】このような販売形態では、顧客が販社、代理店、販売店から商品を購入し、測量機メーカーから商品を直接購入するものではないため、顧客データが測量機メーカーに集まりにくい。

【0012】すなわち、顧客と直接接するのは販売店であり、販売店には顧客データが集まりやすいが、顧客データの全てが測量機メーカーに集まるわけではない。測

量機メーカーに集まる顧客データは、販社若しくはその測量機メーカーと密接な関係を有する代理店のものが多いが、末端の販売店は測量機に限らず、これに付随する測量機に用いる小物、付属品等の多くの商品を取り扱うので、きめ細かな顧客データの収集を行うことができているし、また、顧客データがいろんな情報の中に埋もれてしまっていることが多い。

【0013】測量機メーカーは、販売計画、製造計画を立案する場合に、前年度の売り上げ実績、世間的な動向、顧客の購買見込み等を予測するが、実際問題として、前年度の売り上げ実績、世間的な動向、測量機を購入する顧客層と、立案した販売計画、製造計画とのずれが大きい。

【0014】このため、一部の製品が生産過剰になったり、これとは反対に品切れになったりすることがある。品切れの場合には、需要に追いつくために一時的に工場をフル稼働してその製品を製造しなければならない、このようなことが起こると、新製品の立ち上げ等に影響を生じる。

【0015】その一方、過剰の製品は余分の倉庫を必要とし、製品がその倉庫に長く眠ることになる。

【0016】これらのことは、代理店、販売店でも同様であって、売れない製品を長く抱え込むと、経費が圧迫される。また、時期を得て製品を顧客に供給できないと、他社の製品の販売を許すことになり、売り上げが減少する。

【0017】そこで、顧客のデータを直接的に収集するため、更には販売コストを削減するため、既存の代理店、販売店を経由して商品を顧客に販売せずに測量機メーカーから商品を顧客に直接販売する直接販売形態を採用することが考えられるが、しかしながら、測量機の分野では、その商品の性格上、一定期間毎に、規定の精度を維持しているか否かを診断するメンテナンス作業が必要であり、測量作業に応じてこれをバックアップする代理店の存在が不可欠である。

【0018】本発明は、上記の事情に鑑みて為されたもので、その目的とするところは、従来の間接販売形態の長所を生かしつつ直接販売形態の欠点を解消することのできる測量機の販売システムを提供することにある。

【0019】

【課題を解決するための手段】請求項1に記載の測量機の販売システムは、測量機を製造する測量機メーカーによって直接的又は間接的にインターネット上で商品を注文するためのネットショップが運営されかつ顧客側装置からアクセス可能な測量機メーカー側装置と、前記測量機メーカー側装置とデータ通信回線を介して接続された販売店側装置とを備え、前記測量機メーカー側装置は前記販売店を介して前記顧客に注文商品を配送するために該顧客に商品を選択させる間接販売選択手段と、前記販売店を介さずに前記顧客に注文商品を配送するために該

顧客に商品を選択させる直接販売選択手段とを備えていることを特徴とする。

【0020】請求項2に記載の測量機の販売システムは、間接販売される商品が測量機メーカーが提供する測量機でありかつ直接販売される商品が前記測量機メーカーが指定する特定価格に設定する商品であり、前記間接販売を前記顧客が選択した場合には、当該顧客が居住する地域を管轄する販売店が前記注文商品の代金を回収することを特徴とする。

【0021】請求項3に記載の測量機の販売システムは、前記測量機メーカー側装置が、前記測量機メーカーが製造する商品に関連する測量用品を前記顧客に選択させる販売選択手段を備え、該測量機メーカー側装置と前記販売店側装置とは前記測量機メーカーが製造する商品に関連する測量用品を製造する測量用品メーカーの測量品メーカー側装置とデータ通信回線を介して接続され、前記顧客が前記測量用品を選択したときには、前記測量用品メーカーが前記顧客に注文商品を配送し、該注文商品の販売データを当該顧客が居住する地域を管轄する販売店にデータ通信回線を通じて送信することを特徴とする。

【0022】請求項4に記載の測量機の販売システムは、前記販売店が前記顧客から前記測量用品の代金を回収し、当該販売店が前記測量用品メーカーに回収した代金を支払うことを特徴とする。

【0023】請求項5に記載の測量機の販売システムは、前記顧客側装置から前記測量機メーカー側装置へのアクセスに際して、前記測量機メーカーが発行する顧客専用のID及びパスワードを必要とする。

【0024】請求項6に記載の測量機の販売システムは、前記販売店側装置から前記測量機メーカー側装置へのアクセスに際して、前記測量機メーカーが発行する販売店専用のID及びパスワードを必要とする。

【0025】請求項7に記載の測量機の販売システムは、前記測量機メーカー側装置が前記測量機メーカーからの依頼を受けて前記ネットショップを運営する主催者側装置であることを特徴とする。

【0026】

【発明の実施の形態】図1は測量機の販売システムのデータの流れを示す概要図である。この図1において、1は測量機を製造する測量機メーカー2によって直接的又は間接的にインターネット上で商品を注文するためのネットショップが運営されかつ顧客側装置3からアクセス可能な測量機メーカー側装置、4は測量機メーカー側装置1とデータ通信回線を介して接続された販売店側装置である。

【0027】測量機メーカー2は測量機メーカー側装置1に顧客向けのコンテンツ、販売店向けのコンテンツを掲載する。顧客は顧客側装置3により測量機メーカー側装置1にアクセスして、インターネット上で販売される

製品の情報を得ることができる。その顧客側装置3から測量機メーカー側装置1へのアクセスの際に、会社名、住所その他の情報を入力させる。これらの入力情報は顧客データ(顧客情報)として測量機メーカー側装置1に収集される。また、顧客が顧客側装置3を介して製品の注文(商品購入の手続)を行ったときには、その製品の注文データも顧客情報として収集する。

【0028】販売店(販社、代理店を含む)は、測量機メーカー側装置1にアクセスして製品の販売に関する販売支援情報、修理、メンテナンスに関するサービス資料を取得することが可能である。

【0029】測量機メーカー2がインターネット上でネットショップを運営する目的は、以下の通りである。

#### 1: 顧客情報の収集

顧客がネットショップを閲覧するときの登録データ、既ユーザーのときにはその顧客データの更新データ、顧客が現在保有する所有測量機のデータ、購入予定機器の情報その他の情報を入手することが目的の一つである。

【0030】インターネット上で商品の注文、販売を行うことにより、従来は、ともすれば販売店に埋もれがちであった顧客情報を直接収集し、広範囲の購買顧客層、顧客予備層の情報収集が可能である。

#### 2: 販売促進に貢献する情報の掲載

商品の外観形状を表す画像、その商品の特徴、仕様等の商品に関するデータ、商品カタログの請求、購入製品の見積もり依頼、顧客に応じた購入プラン、商品等に関するサポート、その他の情報項目の掲載を行うことも目的の一つである。

【0031】顧客は従来販売店を通じてのみしかこれらの情報をなかなか入手できなかったが、ネットショップ上にこれらの情報を掲載することにより、顧客はネットショップに直接アクセスすることによってこれらの情報を入手することが容易となる。

#### 3: 販売店支援情報

自社製品の性能、価格等と他社製品の性能、価格等とを比較した比較資料、自社製品、他社製品の最新情報、顧客に対する商品のプレゼンテーション情報、キャンペーン情報、新製品等の修理マニュアル、メンテナンスマニュアル、パーツリスト等のサービス資料を含む販売店支援情報を掲載する。

【0032】これにより、販売店は製品の販促が容易となる。

【0033】図2はその測量機メーカー側装置1のデータベースの詳細を示すブロック図である。

【0034】測量機メーカー側装置1は、顧客管理ウェブサーバー5、商品管理ウェブサーバー6、注文受付ウェブサーバー7、顧客マスターテーブル8、販売店マスターテーブル9、商品マスターテーブル10、受注リストテーブル11、アクセスログテーブル12、管理機能手段13を備えている。

【0035】顧客管理ウェブサーバー5は顧客データを管理する。顧客マスターテーブル8には顧客ID及びこの顧客IDにリンクして顧客データ、顧客が所有する所有機械等のデータが登録保存される。販売店マスターテーブル9には、販売店データ、顧客担当データ、在庫データが登録保存され、顧客マスターテーブル8にリンクされている。

【0036】商品管理マスターテーブル10には、販売店を介して注文商品を配送するため顧客に商品を選択させるための間接販売商品(測量機)、販売店を介さずに顧客に注文商品を配送するため顧客に商品を選択させるための直接販売商品(測量機の小物、付属品、旧型測量機)に関する商品データが登録保存される。

【0037】注文受付ウェブサーバー7は顧客による注文を管理すると共に、ネットショップにアクセスした顧客等のログデータをアクセスログテーブル12に記録保存すると共に受注リストを作成して受注リストテーブル11に記録保存する。

【0038】管理機能手段13は、各マスターテーブルの更新等のメンテナンス管理、注文管理、顧客管理、商品管理、販売データ、アクセスデータの分析を行う役割を有する。また、販売店側装置4に向けて注文データ、販売に必要な顧客データを暗号化した電子メール等により転送する。

【0039】このネットショップでは、顧客情報、販売店向け情報を取り扱うため、顧客ID及び顧客専用のパスワードによりアクセスが管理されている。顧客はこのネットショップにアクセスする際に登録しておく必要があり、これは、例えば、顧客側装置2から測量機メーカー側装置1にアクセスし、登録することによって行う。この登録を行うと、顧客ID及びパスワードが登録を行った顧客に暗号化した電子メール等により配送される。販売店もID及びパスワードにより管理されている。

【0040】測量機メーカー側装置1は、測量機メーカー2が直接運営しても良いが、ネットショップを運営する運営会社(主催者)に委託することもできる。測量機メーカー2がネットショップを直接運営する場合には、この測量機メーカー側装置1のメンテナンスを測量機メーカー2が行うことになるが、ネットショップを主催する主催者に委託した場合には、測量機メーカー側装置1のメンテナンスは基本的に主催者が請け負うことになる。

【0041】この測量機メーカー側装置1は、販売店を介して顧客に注文商品を配送するために顧客に商品を選択させる間接販売選択手段と、販売店を介さずに顧客に注文商品を配送するために顧客に商品を選択させる直接販売選択手段とを備えている。

【0042】この間接販売選択手段、直接販売選択手段は、例えば、注文受付ウェブサーバー7によって画面上に表示されている注文受付画面で、間接販売画面と直接

販売画面とを提示し、間接販売の場合には、販売店を経由して注文商品が配送されること、直接販売の場合には測量機メーカー2から直接注文商品が配送されること、間接販売される商品、直接販売される商品を明示的に提示すれば良い。

【0043】図3はそのインターネットを介して商品を間接販売する販売システムの概念図である。

【0044】ここでは、間接販売される製品(商品)は測量機である。販売対象者は、後述する測量用品購入許可者、顧客IDを登録済みの顧客である。販売価格は、販売店(販社、代理店を含む)によって決定された価格である。入会して登録済みの顧客が顧客側装置3から測量機メーカー側装置1にアクセスして商品の注文を行うと、測量機メーカー側装置1は顧客データ、注文履歴等に基づきデータベース14を構築する。

【0045】また、測量機メーカー側装置1はデータベース14に基づき選択された販売店に注文データ及びその販売店側装置に必要な顧客情報を転送する。すなわち、その顧客が居住する地域を管轄する販売店に注文データ及びその販売店側装置4に必要な顧客情報が暗号化された電子メール等により転送される。販売店はその注文データに基づきその注文商品を顧客に納品し、代金を回収する。

【0046】測量機メーカー側装置1がそのデータベース14に顧客情報を構築し、顧客情報の更新が都度行われると、既存の間接販売形態でも、きめ細かな顧客情報を収集でき、測量機メーカー2、販売店共に効率の良い販売体制を構築できることになる。

【0047】図4はインターネットを介して商品を測量機メーカー2から顧客に直接販売する販売システムの概念図である。

【0048】直接販売される製品(商品)は、旧型の測量機、売れ行きの芳しくない測量機、測量機に用いる小物、測量機に用いる付属品である。販売価格は定価に較べて安く設定されている。すなわち、特定価格に設定されている。

【0049】代金の決済には、銀行振り込み、宅配業者の代金振り替え、エスクローサービスを用いる。

【0050】旧型の測量機、売れ行きの芳しくない測量機は販売店では売りづらいという問題がある。また、測量機に用いる小物、付属品を在庫を抱えるのは、品揃えが多くなり、販売店にとって負担がかかり過ぎるという問題がある。

【0051】その一方、旧型の測量機は安価でありさえすれば購入を希望する顧客が存在する。そのような顧客にとっては、ネットショップ上で購入できれば便利である。また、測量機メーカー2にとっても、商品の在庫処分を図るうえで望ましい。更に、販売店にとっても品揃えに関する負担が軽減されて望ましい。

【0052】顧客が顧客側装置3から測量機メーカー側

装置1にアクセスして間接販売商品を注文すると、測量機メーカー2から顧客に販売店を経由せずに注文した商品が宅急便(登録商標)等によって配送され、その商品の代金は販売店ではなく測量機メーカー2に支払われる。

【0053】図5はインターネットを介して、測量機メーカーでは製造していない測量用品、例えば、測量用三脚、巻き尺等を販売する販売システムの概念図である。

【0054】測量機メーカー側装置1には測量機メーカー2では製造していない測量用品を顧客に選択させる販売選択手段が設けられている。この販売選択手段は、例えば、注文受付ウェブサーバー7によって画面上に測量用品販売コーナーを提示させ、この測量用品販売コーナーの画面上で測量用品の注文を受け付けるようにすれば良い。

【0055】販売対象は事前に登録した測量用品購入許可者である。販売価格は測量用品の測量用品メーカーが設定した小売価格、又は販社、代理店が設定した設定価格である。

【0056】顧客が顧客側装置3から測量機製造メーカー側装置1にアクセスして測量用品の注文を行う。その注文データは、測量用品メーカーの測量用品製造メーカー側装置15に転送される。

【0057】測量用品メーカー装置15はその注文された測量用品を顧客に納品し、測量用品の売り上げ情報をその顧客が居住する地域を管轄する販売店側装置4に送信する。その顧客を管轄する地域の販売店は、測量用品製造メーカーに代行してその顧客が注文した測量用品の代行を行い、回収した商品の代金を測量用品メーカーに支払う。

【0058】その際、測量機メーカー2は、測量用品メーカーの受注代理の代償を得る。

【0059】アクセス管理に用いるIDは、例えば以下に述べるようにして決定する。

【0060】測量機メーカー2のウェブショップ管理者は、以下に区分されたIDを発行する。

【0061】販売店用IDは図6に示すように販社用IDと代理店用IDとに区分して管理する。販社用IDを決定する場合には、販社用ID申請書に基づき販社から申請されたものを審査して決定する。代理店用IDは販社を経由して申請されたものを審査して決定する。

【0062】販社用ID、代理店用IDを取得した販売店は、代理店向けの全てのコンテンツ16を閲覧可能とする。

【0063】販社、代理店から測量用品販売用顧客IDを事前申請することにより取得した顧客は、この測量用品販売用顧客IDを用いることによって、顧客向け(ユーザー向け)コンテンツ17、測量用品コーナーのコンテンツ18の閲覧を可能とする。

【0064】測量機メーカー2の測量機を購入した顧客は、顧客登録書(ID申請書)を所定の宛先に返送する



ことにより、顧客ID及びパスワードを発行する。

【0065】この顧客IDの場合には、顧客向けコンテンツ17のコンテンツの閲覧を可能とする。

【0066】ネットショップ上で直接登録した不特定多数の顧客に対しては、自動的に顧客ID及びパスワードを発行する。発行IDは顧客側装置3のメールアドレスに通知する。

【0067】この顧客IDの場合には、測量用品コーナー18を除く顧客向けのコンテンツ17の閲覧を可能とする。

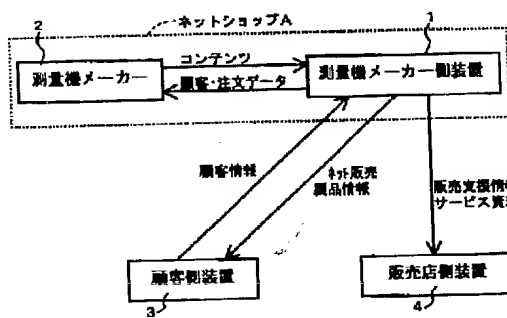
【0068】

【発明の効果】本発明によれば、間接販売形態の長所を生かしつつ直接販売形態の欠点を解消することのできる測量機の販売システムを提供できる。

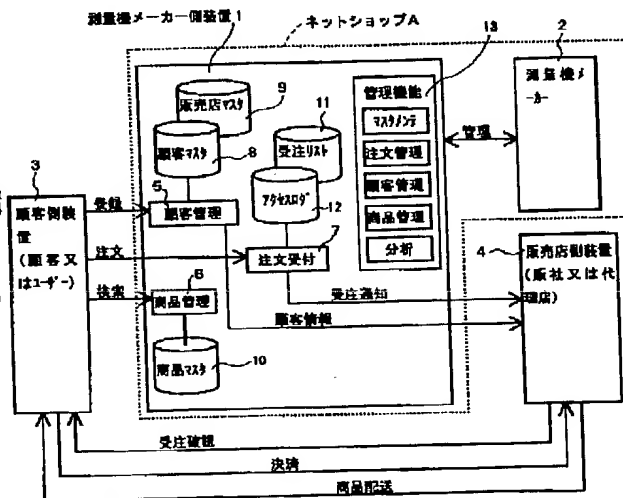
【図面の簡単な説明】

【図1】 本発明に係わる販売システムのデータの流れを示す概念図である。

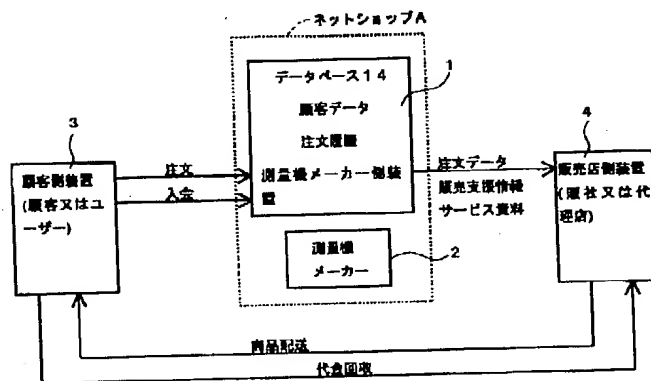
【図1】



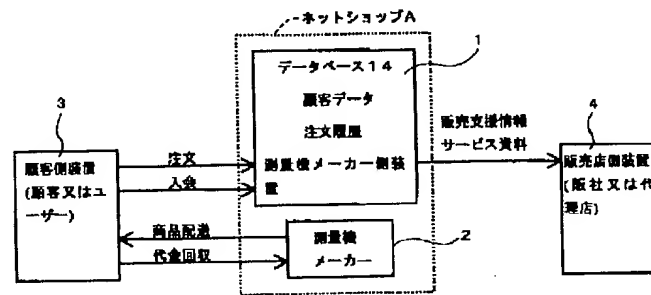
【図2】



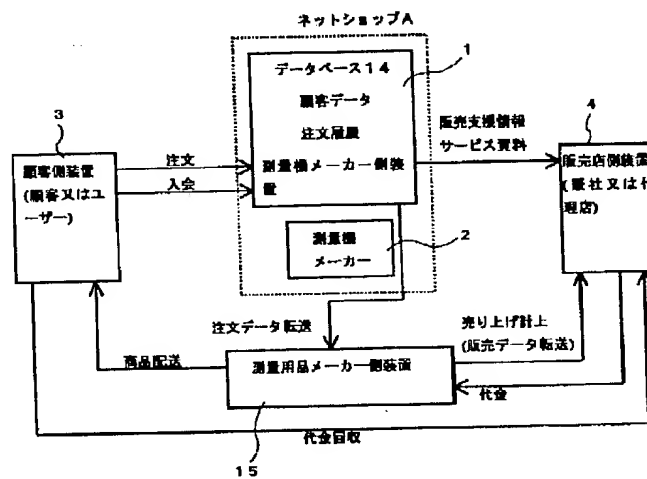
【図3】



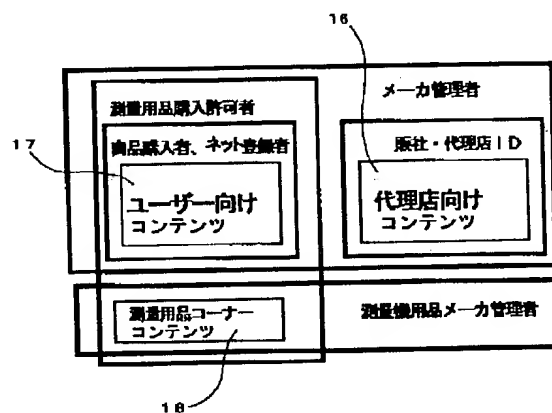
【図4】



【図5】



【図6】



フロントページの続き

(72)発明者 小川 和博  
東京都板橋区蓮沼町75番1号株式会社トプ  
コン内

(72)発明者 白石 昭  
東京都板橋区蓮沼町75番1号株式会社トプ  
コン内